

扎根产业之上 东莞走出特色办展之路

2014年,东莞各大展会轮番举办,除了往年的中国加工贸易产品博览会(以下简称加博会)等大型展会外,还新增了广东21世纪海上丝绸之路博览会以及被称为全球最大的跨境电商专业展的第一届O2O外贸交易会(以下简称网贸会)等。

记者发现,近年来,东莞的各大展会陆续加上了“国字头”,而众多的国外企业和组织也纷纷到当地参展,为东莞的城市形象加分不少。业内人士认为,东莞会展业经历了专业化、社会化的转型后,正向品牌化、国际化的方向迈进。

产地办展 从小镇走向国际

第32届国际名家具(东莞)展览会于2014年9月举办。这届展会启用10大展馆,展览面积达78万平方米。家具展区共有海内外800多家知名家具企业参展。作为有着15年历史的东莞元老级展会之一,国际名家具展已蜚声海内外。

1999年3月,第一届名家具展在厚街开幕。当时这个小展会只有232家企业参加,展览规模仅4万平方米。

东莞名家具俱乐部副秘书长方润忠是从1999年5月第二届名家具展启动筹备工

作时起与名家具展结缘的,他曾对媒体坦言,当时展会筹备人员去深圳、汕头、顺德及浙江省等地找企业一家一家地谈,常常一早出发,晚上十一二点才回家。“累一点大家还不介意,但吃闭门羹的感觉就没那么好受了。”方润忠说。

那时的名家具展在行内名气还不小,许多企业不了解,工作人员连进人家的门都要想很多办法。大家收集了各地家具商家的资料,一次一次给他们发去邀请函和展会材料,不厌其烦。

东莞市名家具俱乐部副秘书长余旭光回忆说,当年4万平方米的场馆就在厚街家具大道上,直到2002年名家具俱乐部参与了广东现代国际展览中心的建设,此后名家具展有了自己高大上的现代展馆。

从第二届开始,名家具展在国内开始有了一定的知名度,15年过去了,如今参展企业增长了近5倍,展览规模增长了15倍,据余旭光介绍,名家具展在讲究服务、注重创新和努力打造品牌之外,已深深地扎根于厚街家具产地之上,这也是它成功的重要原因。

“四大展会”脱颖而出

东莞靠制造业起家,到上世纪90年代,

办展需求与日俱增。正是在当时的市场需求下,东莞会展业开始萌芽,并迅速进入“野蛮生长”阶段。

夹在广州、深圳两个会展城市之间,东莞的展会一开始难有影响力,举办时也面临诸多困难。

如今则不同。2014年,各类展会和赛事扎堆在东莞举办,其中加博会、中国国际影视动漫版权保护和贸易博览会(以下简称漫博会)、海峡两岸纺织服装博览会(以下简称海博会)等“四大展会”脱颖而出。

在经济收益方面,2014年加博会共达成商贸合作项目7109宗,意向成交金额达896亿元;台博会总成交额达26.2亿元;漫博会成交额达34.9亿元。此外,2014年海博会共达成签约项目451个,涉及签约资金1747亿元,超亿元项目179个。“四大展会”涉及的成交金额和签约资金超过了2700亿元,吸引来近8000家采购企业。

设施完善 政府支持

海博会作为一个有国际影响力的展会,为何会选择在东莞举行?对此,海博会组委会副主任、广东省贸促会会长陈秋彦表示,

这主要是考虑到东莞地理位置较好,尤其是外贸总量大、加工贸易企业比较多,企业在东莞参展方便,且东莞市委、市政府高度重视,给予了大力的支持和配合。

“东莞会展业的快速发展得益于东莞会展业起步早,设施完善,且是产地办展。”广东现代国际展览中心行政总监、东莞市会议展览业协会常务副秘书长姜淮表示。

2002年3月,广东现代国际会展中心一期落成启用,成为当时亚洲单馆面积最大展馆,跻身于广东三大国际会展中心行列。姜淮介绍说,今年该展览中心共举办了20多个展会。

目前,东莞拥有广东现代国际展览中心、东莞国际会展中心、常平会展中心3个专业展馆,占地总面积55.2万平方米,室外展览面积约15万平方米,室内可设标准展位7000多个。仅仅是位于厚街的广东现代展览中心便建有固定展馆8个,规模仅次于广州琶洲展馆,位居全省第二。

(黄江洁 姜璐 关旭东)

本版话题



芜湖新春房地产品牌楼盘博览会近日在芜湖国际会展中心隆重闭幕,芜湖35家知名房地产开发商前来参展。记者在博览会现场看到,各展位处,看沙盘、比户型,算价格,观众与展台工作人员忙得不亦乐乎。正在某展位看房的李先生告诉记者:“博览会恰好赶上元旦放假,展商给予的优惠力度很大,值得一看。”

图为展会现场。

婵菊 摄

会展观察

海口“招会引展”成效凸显

第六届东亚商务论坛、2014世界青年科学家材料大会、第十届中国国际会展文化节、第五届基因产业大会、2014中国城市规划年会……一个个大型会展活动2014年在海口轮番上演,这是海口加大发展会展业及“招会引展”的显著成果。“到2014年年底,海口举办会展活动可达208个,完全可以超额完成年度任务目标。”海口市会展局局长吴家宏近日在接受记者采访时说。

2014年以来,海口市会展局加大“招会引展”工作力度,多次赴北京、大连、无锡、广州等地,主动与全国性行业协会、国内一线会展展

市的大型会展公司联系洽谈,积极推介海口市鼓励会展业发展的政策措施,取得了显著成效。不仅如此,该局还积极落实扶持会展业发展优惠政策措施,引导和鼓励会展企业创办新展,全市会展业整体运行活跃,在数量规模和质量上均取得突破,保持快速发展的态势。

截至11月份,海口共举办上规模会议和展览活动200场,提前完成全年任务。预计到今年底,举办会展活动可达208个,超额完成任务,其中上规模会议可达156场,展览活动52场,展出面积突破59.8万平方米。

2014年,海口不仅成功引进和策划了多

个大型品牌会展活动,同时,还引进北京中装文行国际展览有限公司、广东南方农村报经营有限公司、武汉励展伟业策划有限公司等省外会展企业到海口办展。

值得一提的是,2014年海口会议市场快速增长,总量呈上升趋势,国际性会议、学术性会议、专业性会议明显增多。海口市会展局有关负责人分析,由于全国性行业协会、会议组织机构看好海口作为热带滨海会议目的地城市所独具的办会条件,多个千人以上的大型会议选择今年在海口召开,千人以上会议的数量比2013年增长了50%。

岁末商圈文化展冷热不均

如今文化展览和商业圈之间的合作愈发紧密。2014年岁末,北京众多商业圈均推出了自己独特的文化展,如西单大悦城携手梦工场打造了“马达加斯加”圣诞狂欢嘉年华;朝阳大悦城携手阿根廷著名插画师打造“怪诞森林奇遇记”大型圣诞景观;侨福芳草地则布置了《小王子》主题展。记者调查发现,消费者对各类文化展呈不同的态度,使得这些文化展的实际效果表现出冰火两重天的形势。

文化展和商圈的合作可实现两者之间的良性循环。从文化展商的角度看,该合作可借助商圈的地理优势和庞大的消费群体使文化展具有一定观赏规模,打响品牌知

名度;从商业圈角度看,借助文化展的人气可吸引新鲜客流来该地区购物,提升销售额,如朝阳大悦城今年举办的《哆啦A梦》主题展就使整体客流实现40%的增幅,整体销售额增长30%。两者互相推动,共同进行宣传,不仅能节省部分推广费用,还能创造更好的品牌效应。

此次朝阳大悦城举办的“怪诞森林奇遇记”通过邀请阿根廷著名插画师Javier Gonzalez Burgos将笔下最具代表性的插画角色,辅以经典圣诞元素的点缀后变成立体角色。活动现场,很多消费者纷纷拿出手机合影留念,尤其是有孩子的家庭。

反观侨福芳草地的《小王子》主题展,驻

足观赏的人流则相对较少,甚至有部分消费者向记者表示,“我根本就没什么看出来这是《小王子》主题展”。除此以外,还有一些《小王子》的忠实粉丝则表示,“商圈举办这个主题展确实很有新意,但是总感觉该展览和侨福芳草地这个商圈的氛围不太搭调”。

业内人士表示,虽然《小王子》在全球拥有较高的知名度,但在北京地区消费者对它的接受程度和认可度并没有预期那么高,这可能是导致该现象出现的原因。而朝阳大悦城推广部副总监文娟则认为,每个商圈都有自己的风格和消费群体定位,所以主办的文化展也要契合这些定位,使双方调性合拍。另外,尽管商圈拥有较大的消费群体,但仍需

选择具有一定知名度和品牌影响力的文化展进行合作,并保证制作工艺水平,才能使文化展和商圈结合的效果最大化。

除圣诞外,今年以来北京各商圈还举办过其他文化展,例如西单大悦城的“变现金刚4电影道具展”,华润五彩城举办的“海贼王私人藏品展”等。按照惯例,每一次展览基本都会耗费上百万元的成本,光是版权费就在5万美元左右。为了使文化展顺利进行,让成本能够收回,文娟建议,不是所有的文化展都适合在商圈展览,要根据各自的定位的情况下,保证制作工艺和衡量现场安保工作等综合能力,谨慎选择,合理规划。

(卢扬 郑蕊)

业内通告

振威展览公司出席中美商贸联委会

本报讯 日前,第25届中美商贸联委会会议在美国芝加哥举行,中国国务院副总理汪洋与美国商务部长普利兹克、贸易代表弗罗曼共同主持会议。

作为本年度中美之间高层交往的收官之作,本届联委会会议继续寻求管控双边经贸摩擦,扩大两国经贸合作的利益汇合点,为落实两国元首北京会晤共识和构建中美新型大国关系奠定坚实经济基础。

中美商贸联委会创立于1983年,是解决中美两国贸易和投资问题的主要论坛,号称中美贸易摩擦的“灭火器”,对增进两国之间相互了解、推动和加强双边经贸领域的互利合作发挥了重要作用。此次中美商贸联委会是首次在美国首都华盛顿之外的地方举办。

据美国商务部介绍,本届联委会有两项重要的机制创新,一是两国副部长级别的商务和贸易官员会在联委会召开会议前更早、更多地接触,以推动联委会取得切实成果;二是联委会特别安排一整天的时间为两国私营企业与政府部门官员交流提供机会,促进联委会与两国商界的良性互动与合作。

此次会议邀请两国知名私营企业,包括联想集团、比亚迪集团和波音公司、美赞臣公司等,振威展览总经理张学山作为中国会展业代表受邀出席联委会。

展会能够有效促进世界经济发展和国际贸易增长,带动商品、物资、人员、资金、信息的跨国流动,促进贸易结构优化升级,此次联委会筛选国际品牌会展公司代表,旨在鼓励发挥展会平台推动中美商贸互通的作用。

振威展览公司是中国规模最大的民营展览公司,也是中国最早加入UFI国际展览业协会的成员之一,中国会展经济研究会副会长单位。通过多年的积累,已经成长为全球会展综合服务商,旗下拥有国际性专业展会项目40余项、高端会议论坛20余项。

振威展览公司参加海峡两岸新兴产业发展研讨会

本报讯 近日,海峡两岸新兴产业发展合作研讨会在中国台北举行。工业和信息化部副部长苏波、节能与综合利用司司长高云虎等来自海峡两岸新兴产业主管部门、相关行业协会、研究单位和企业界的200多位代表参加了研讨会。该研讨会聚焦工业机器人、智慧终端、节能环保及绿色建材等4项新兴产业。

会上,海峡两岸业内人士针对数控机床、工业机器人领域合作展开对话,力求合作共赢。研讨会在海峡两岸技术交流、人才互通、供需合作等方面将发挥独有的作用。

工业和信息化部副部长苏波在海峡两岸新兴产业发展合作研讨会上致辞指出,为应对新一轮科技革命与产业变革的机遇和挑战,大陆制造业进行新的战略调整,力求在四个方面取得突破:一是推动创新发展,加强基础前沿和共性关键技术研发;二是发展智能制造,瞄准未来产业竞争制高点突破一批支撑高端装备和智能制造发展的核心技术;三是坚持绿色发展,加快构建绿色制造体系;四是实现结构优化,重点在新一代信息技术、智能制造与高端装备、节能与新能源汽车、轨道交通装备等领域发展一批新的技术与产品。

此外,振威展览公司旗下的“天津国际机器人展”在研讨会期间进行推介,展会立足成为中国最大机器人展,上届展会荟集了全球智能装备制造业巨头ABB、西门子、松下以及广州数控、朗誉科技等400余家知名企业,将为海峡两岸的客商提供一个商贸、交流的一站式平台,促进推进高端装备制造业的长足发展。

振威展览公司是此次唯一受邀参会的展览公司,是在世界范围内具备影响力的全球会展综合服务商之一。

(本组稿件由陈旭提供)